

Días de radio

FERNANDO CÁCERES VÁSQUEZ¹

Mi voz llega donde mis ojos no alcanzan
Y con el giro de mi lengua lanzo mundos y nebulosas
de mundos.

WALT WHITMAN, *Canto a mí mismo*

DAVID CONTRA GOLIAT

Actualmente, la internet es considerada el medio masivo por excelencia. Cantidades navegables de información están a disposición de todo aquel que tenga acceso a una computadora con una conexión a internet medianamente decente. La World Wide Web es, como su nombre lo indica, un fenómeno mundial que tiene a su mejor exponente en un gigante llamado Google. Desde sus inicios como un novedoso «buscador», Google ha logrado convertirse hoy en la mejor alternativa de búsqueda de información en la red, acaparando todos los temas posibles e incorporando nuevas posibilidades para sus usuarios; ejemplos claros de esta innovación son sus servicios Google Earth y Google News.

¿Este Goliat de la información ha logrado desplazar a los otros medios de comunicación masiva como la radio? Me atrevo a decir que no. Hay una serie de características que hacen de la radio un medio que ha logrado adaptarse al paso del tiempo, reafirmandose como uno de los pilares fundamentales de la información en el mundo. Una de las principales es que la radio tiene la cualidad de estar más cerca de la gente; es un medio cálido que nos brinda la compañía de otro ser humano. Primera pedrada de David contra el aparentemente invencible Goliat.

Debemos recordar, además, que la radio fue el primer medio de comunicación que puede llamarse masivo. Desde su aparición a comienzos del siglo XX, la radio revolucionó el mundo de las comunicaciones transmitiendo información a través del éter sin necesidad de utilizar cables. Las fronteras físicas se habían roto y la información no solo empieza a viajar libremente a través de los continentes sin censura que la detenga, sino que las ideologías empiezan a propagarse alrededor del mundo. El poder político que adquiere la radio se hace evidente. Hasta el día de hoy este medio de comunicación es una herramienta para el desarrollo de la política dentro de las naciones, sea para perpetuar una dictadura o para reforzar la democracia.

¿Cómo se comporta entonces la radio en nuestro país? ¿Es un medio que las personas consideren importante? ¿Qué rol juega dentro de nuestro complicado e impredecible engranaje político? Para responder estas y otras dudas, nada mejor que una amena conversación con alguien que sabe del tema y viene trabajando en él hace mucho tiempo. Rosa María Alfaro, fundadora y directora de la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria durante diez años, le concedió al autor de este artículo algunos minutos de su tiempo (en realidad casi dos horas), en los cuales se habló y discutió acerca de la radio en nuestro país.

«LA RADIO ES UN MEDIO EMOTIVO». UNA ENTREVISTA A ROSA MARÍA ALFARO

¿Es la radio el medio más importante en el Perú?

Depende del punto de vista. Desde un punto de vista más provinciano, la radio tiene mucha influencia, ha permitido que aparezcan muchas voces. Hay más de dos mil radios con licencia y

también hay otras emisoras municipales o regionales que están siendo usadas políticamente y que, sin embargo, no tienen licencia de funcionamiento.

¿Cuál sería la diferencia con la televisión?

Existe una gran diversidad de medios que recuperan en cierto modo la problemática local y se insertan ahí. Creo que esa es la diferencia más importante con la televisión, porque si bien hay una tendencia a crecer, las televisoras locales no siempre tienen posibilidades de mantenerse mucho tiempo en el aire o de mejorar sus producciones. Incluso nuestra televisión, la nacional, tiene una influencia histórica de lo que fue la radio y sus estilos de hacer noticieros o telenovelas. Tienen un antecedente en la radio. En ese sentido, la radio fue pionera en el país en cuanto a lo mediático. A diferencia, por ejemplo, de la Argentina, donde el contacto más masivo se dio a través de lo escrito, en un formato que los académicos llaman «folletín».

¿Cuál es la ventaja que tendría la radio frente a otros medios en el Perú?

La radio se convierte en tu quehacer cotidiano, porque mientras haces tus cosas puedes seguir escuchando radio. Mientras manejas un auto, en el bus, puedes estar con la radio; su accesibilidad es muy importante.

Usted mencionó que había más de dos mil radios inscritas legalmente. ¿Cómo es el funcionamiento de las radios ilegales o piratas?

Las piratas son a veces del estado regional y local, con una programación que es muy fácil de llenar, además, sin costo alguno. Lo que tú haces es ganar con eso: alquilas espacios. Se debe entender que la radio no es solo de los dueños sino de sus concesionarios. Hay emisoras que tienen un programa hecho por la propia radio, mientras que los demás son alquiler de espacio. Entonces la radio se llena de gente que asume este espacio, y la perspectiva política de cada programa no importa con tal de que pague.

¿Qué ventajas tendría una radio de estas características?

Es una radio que tiene más acceso, pero sobre todo que recoge mejor lo local. Yo creo que ahí está el eje. Desde simples mensajes de cumpleaños, denuncias de problemas locales, hasta determinado tipo de locutores o de dueños de emisoras que luego han postulado para congresistas de la república, o corresponsales que han pasado a ser regidores. Hay una relación entre la fama local que la radio te da, pero que es básicamente la local. En el Perú, creo que la única emisora que es realmente nacional es RPP. Cuenta con retransmisores, tiene programas que son desarrollados en la propia zona y su estilo de radio no tiene que ver solo con los formatos o con el tipo de voces, sino sobre todo con el hecho de que en los últimos tiempos han abierto sus micrófonos para que la gente pueda contar sus problemas y ser ayudada a resolverlos. Estamos ante una radio inmensa y multifacética, cuya característica más importante es la recuperación de lo local.

¿En el Perú las radios locales logran conseguir una identificación con el público?

Sí, pero la identificación no se construye solo desde el medio, sino en la forma en que el medio se articula a otros procesos de identificación. Por ejemplo, a nivel cultural, las radios han sido legitimadoras de procesos culturales. Todo este fenómeno del huayno, la cumbia, etcétera. La radio tuvo el papel protagónico desde los años sesenta con el huayno, a fines de los setenta fue la chicha y ahora están emigrando hacia otras cosas, pero creo que legitiman lo que hay, no inventan el huayno. Estas radios son un componente de la industria cultural, de la que hay muy poca en el país. La única industria cultural es la popular, la de los conciertos, la de los discos compactos a un precio impresionante, de las nuevas cervezas peruanas hechas por sectores emergentes.

¿El acceso a la cultura es más barato a través de la radio?

Sí, claro. Además te hace recordar tu historia. Muchos limeños son originarios de otras zonas del país, hijos o nietos de migrantes con costumbres que se mantienen en la casa y, de repente, estas aparecen en la radio: un *boom*. Yo creo que a nivel cultural la radio ha sido muy importante en el país y que incluso ha definido los formatos televisivos.

¿Cuál sería entonces el rol de la radio en lo político?

La recuperación de los temas, los problemas o las denuncias de las localidades. Porque también la definición dada por la televisión a los noticieros y en la prensa amarilla, en una línea más policial, ha influido en la construcción de un tipo de periodismo en las radios locales. El accidente de fulanito y de menganita, pero de la zona.

Así como hay una prensa amarilla, ¿existe también una radio amarilla?

No te imaginas. Nosotros tenemos unas grabaciones impresionantes. «A fulanito que es de tal partido lo han encontrado... y el miserable es un maricón...», es impresionante.

¿Como las portadas de los diarios chicha?

Más directas de repente. Pero sí existe una radio amarilla, sobre todo en provincias. En Lima hay mucho más cuidado, porque están mucho más expuestas al cuestionamiento.

A diferencia de lo mencionado anteriormente, ¿cuáles son los aspectos de la radio que ayudan al fortalecimiento de la democracia?

El recuperar los problemas específicos de la localidad. Y como eso ha ido acompañado de un proceso de democratización en el país con los municipios, las regiones, los procesos de descentralización (aunque hayan estado mal hechos), la gente siente que puede tener más acceso. Eso lo puedes ver en la distancia que se ha producido en la votación presidencial, regional y local. Las provincias son otra cosa que Lima. Esto es positivo en la medida en que están tocando un tema central de la democracia, la centralización, y están demandando una descentralización. De repente no en el sentido que se ha planteado en el programa, pero sí en el sentido de la búsqueda de un derecho a ser importantes. Por ejemplo, a decidir votar por quien les dé la gana y no necesariamente por quien está siendo propagandizado por todo el país.

¿Así como en las elecciones presidenciales de 2006?

Ahí hubo, evidentemente, una intención de cuestionar a Humala y, a pesar de ser una radio de mucha importancia y que todo el mundo quiere, no se le hizo caso y la gente voto por Humala. Hay que entender que los procesos de influencia de los medios no son automáticos. No porque te dicen que actúes de determinada manera, lo haces. Son procesos que dialogan con las propias maneras de vivir. Hoy tenemos un panorama en el país mucho más interesante. Creo que las radios han jugado un papel clave en el levantamiento de nuevos líderes, en cuestionar el centralismo, etcétera.

¿La radio tiene el poder de cambiar la agenda pública?

Yo creo que su poder no llega a tanto, a no ser que el problema sea muy escandaloso. Por ejemplo, el problema de llave. Las radios levantaron eso. RPP lo llevó a nivel nacional mucho más rápido que las otras. En ese sentido, sí tuvieron una gran influencia en destacar el problema, crearon una agenda. Una agenda de repente menos temática, pero acá en el Perú existe la confusión de entender que la agenda es temática, pero esta también gira alrededor de acontecimientos que son temáticamente plurales. Entonces, el asesinato de un alcalde es en sí mismo un tema.

RPP es la radio de mayor sintonía en Lima.² ¿Cómo interpreta usted este dato?

Bueno, yo creo que el hecho de tener corresponsales en todo el país ayuda también para Lima. Ahí tienes una idea de qué es más o menos lo que está pasando. Básicamente su fuerza está a nivel popular, en la posibilidad que tiene la gente de llamar, de hacer una denuncia y ser ayudada. Es una radio que pasó a ser un medio que da elementos que te permiten construirte y reconstruirte en tu opinión y en tu manera de ser. Es una mediación; media también para construir agenda. El otro concepto es el de intermediación, que quiere decir que el medio se convierte en el intermediario, se vuelve el actor. Eso es lo que está pasando con RPP: ante las deficiencias del Estado, se está volviendo un intermediario. Ha desempeñado un papel que nunca debió haber tenido, pero que la gente aprecia.

¿Este papel no le corresponde a un medio?

No, no le corresponde, pero el medio está supliendo carencias del Estado, de la propia empresa privada. A pesar de que hay instancias frente a la empresa privada que funcionan, la gente ni siquiera sabe que existen, como INDECOPI. Lo que pesa más es la desconfianza, entonces RPP es

claramente el ente que los ayuda. Esto es peor cuando se usa políticamente. Creo que a partir de que ha crecido la cantidad de demandas de la gente, el «rotafono» ya murió como espacio único, porque ahora todo el día es «rotafono». En este sentido, [RPP] está teniendo mucho más cuidado de estar a favor o en contra políticamente en comparación con la época de Fujimori, en la que era mucho más fujimorista. Ahora trata más bien de interpelar al Estado para que haga cosas. Pero para que haga cosas puntuales, como ayudar a una señora, etcétera. Entonces, creo que aquí habría problemas en la construcción de la democracia, en la medida en que cada vez la organización popular se ha ido desmembrando en sociedades en movimiento que son desbordantes, pero como no hay partidos... Yo creo que hay que repensar el sistema democrático en el Perú, cómo hacer para que haya más espacios de construcción ciudadana en los que la emotividad tenga peso, pero también la racionalidad.

¿La radio podría otorgar estos espacios de construcción ciudadana?

Debería. Sería ideal que la radio tuviera ese papel, que hubiera debate. Solo en el debate la gente se da cuenta de su falta de información. En España se ha creado un género llamado «tertulias». Una radio contrata para los distintos programas (porque puedes tener hasta tres tertulias por día) a personas de diversas posiciones políticas para debatir. Acá no se hace eso. Acá la radio contrata a los que son de su línea y a los que no lo son, los obliga. En estas tertulias ponen a tres o cuatro personas con posiciones distintas. La política se vuelve entretenida, una continuidad que se puede seguir discutiendo con los amigos, la familia, etcétera. Entonces la vida se ciudadaniza.

¿Sería una buena inversión para un aspirante a un cargo público invertir en un medio?

Pero no solo eso. Muchos candidatos han sido dueños de radios.

¿Podría mencionar un ejemplo?

Mario Ochoa fue congresista de la república cuando era miembro de la Coordinadora Nacional de Radio (CNR). Era dueño y locutor, dos condiciones clave para ser político (risas). Postuló y salió elegido congresista. Cuando fue Coordinador de la Comisión de Transportes y Comunicaciones cambió totalmente, porque él venía de las radios alternativas.

¿Qué le falta a la radio en el Perú?

Yo lo preguntaría al revés: ¿Qué le falta al Perú para que la radio pueda ayudar en algo? Creo que en el país hay un terror a hacer educación ciudadana a través del medio, porque entienden que educativo es mandarse el rollo docente, aburrido...

¿Que no vende? Porque el asunto pasa por ahí también.

Muchísimas sociedades lo hacen. Por ejemplo, no sabes cómo se consumen las tertulias en España. Y se comparan: «Esta es más democrática que aquella». Y algunos de los personajes pasan a la televisión tranquilos. Lo que sucede es que en el Perú no hay debates en los medios porque falta capacidad de conducción y promoción del debate.

LA RADIO AL OTRO LADO DEL CHARCO

Una vez analizada la realidad de la radio en el Perú, es menester investigar cuál es el desarrollo de este medio de comunicación en otros países. ¿Qué podemos aprender de las experiencias foráneas en el uso de la radio? ¿Existen formas de «hacer radio» que se podrían adaptar a nuestro medio? A continuación dos ejemplos que demuestran que la radio puede ser una poderosa herramienta política que, utilizada en pro de la sociedad, puede lograr resultados impresionantes.

MARIHUANA, BARRIO ROJO Y RADIOS PIRATAS EN ÁMSTERDAM

Justo cuando pensábamos que la capital de Holanda ya no nos podía sorprender, nos topamos con esta revolución radial. Según el artículo de François Laureys, «Radioproeflokaal Marconi»,³ Radio 100 de Ámsterdam es una estación pirata que opera ilegalmente desde 1980. Pero esta es una estación pirata particular. Además de ser la única

sobreviviente del *boom* de radios ilegales de Ámsterdam durante la década de 1980, Radio 100 se autodenomina una «radio abierta» (*open radio*). ¿Qué quiere decir esto? Según un comunicado de prensa emitido por esta estación y fechado el 9 de junio de 1985, una radio abierta cuenta con las siguientes características:

- la posibilidad de participación de todos los radioescuchas;
- un espacio público accesible a todos y con las facilidades de un estudio;
- la posibilidad de que gente, grupos y organizaciones puedan expresarse y perfilarse a sí mismos en el aire;
- la inexistencia de estructuras jerárquicas dentro de la estación. Cada miembro tiene el mismo voto con respecto a todos los asuntos que afecten a la radio. Las reuniones generales serán públicas.

Vale la pena agregar que para cumplir con estos principios Radio 100 opera desde una estación adyacente a una cafetería, cuyos clientes son radioescuchas y por lo tanto gozan de las ventajas mencionadas en el comunicado. Esta cercanía con el público, que siempre es diverso, convierte a la estación en un crisol de diferentes posiciones culturales, políticas, etcétera. Dentro de su programación se podía encontrar, y cito a Laureys: «...un programa indio, seguido por una hora de música punk, un show de dos horas de música africana y un programa teatral». Solo el eslogan con el que finaliza un volante repartido por las calles de Ámsterdam en 1991 resume el espíritu de la radio: «Si están buscando problemas, sigan escuchando».

¿Está la sociedad peruana dispuesta a meterse en problemas para hacer oír su voz? ¿Están dispuestos los diferentes grupos culturales, políticos o religiosos a estar bajo un mismo techo, en una misma frecuencia? ¿Los comuneros de Apurímac estarían dispuestos a llevar su problemática local al aire? Y si lo hicieran, ¿alguien los escucharía? Las posibilidades de este tipo de radio plural e inclusiva podrían ser muy positivas para una sociedad como la peruana, una sociedad en busca de una identidad, que necesita conocerse y reconocer a sus demás compatriotas. Estamos hablando del nacimiento de un nuevo espacio público: alguien que tiene algo que decir y cuenta con el medio para transmitirlo a alguien que está dispuesto a escucharlo.

DESDE ZAIRE CON AMOR, DONDE TODOS TIENEN UNA VOZ

Los acontecimientos descritos por Eugénie Aw en su artículo «Lessons from a Little-Known Experience: Radio Candip»⁴ datan de 1992, aún durante la dictadura opresora de Joseph-Désiré Mobutu, afincado en el poder desde que derrocara al presidente Kasavubu mediante un golpe de estado en 1965. El país fue rebautizado como República de Zaire (antes República del Congo) en 1971. Durante estos años, el país alcanzó una relativa estabilidad, pero (y esto debería pareceros familiar) el dictador fue acusado por violar los derechos humanos e incluso de haber apoyado la matanza de Ruanda en 1994. Es bueno tener en cuenta estos datos para entender el contexto en el que se desarrollan las acciones narradas por Aw y la relevancia que adquieren al ser resueltos años de la caída del dictador Mobutu.

El proyecto de Radio Candip parte de la premisa de ser «una radio con la gente, en lugar de una radio para la gente». En este sentido, cito a Aw cuando menciona en su artículo lo siguiente: «Si las radios rurales son una ayuda moderna y suplementaria para el desarrollo, los diversos sectores de la población deben ser capaces de participar en la programación y tener acceso a ella. El escuchar pasivamente debe transformarse en diálogo y comunicación». Bajo estas premisas, Radio Candip fue fundada en 1977 como un proyecto del Centro de Radio, Ilusión y Actividades Educativas.

Los «clubes de radio» son el eje alrededor del cual gira Radio Candip. Estos clubes son grupos de personas que se juntan para oír la radio y discutir los programas. Una vez terminada la discusión, se da uno de los pasos más importantes de este proceso: se pasa a la acción. Estos grupos preparan reportes, preguntas e incluso testimonios de oyentes que son enviados por correo a la estación radial. Según datos recogidos por Eugénie Aw, para 1987 ya existían 749 clubes, divididos en seis grupos de lenguas. Esta forma de «hacer radio» genera una retroalimentación entre el medio y los usuarios del medio. Para ilustrar aún mejor esta idea cito a Aw:

Los pobladores son motivados a escuchar la radio «con sus oídos, ojos, cabeza y brazos»; a entender los programas; a mirar a su alrededor y comparar el mensaje de la radio con la realidad que están viviendo; a

entender por qué; a reflexionar sobre sus motivaciones y comportamiento; y a extender lo que escuchan en acciones concretas, en soluciones a los problemas que afrontan.

La cereza que corona este proyecto son los miniestudios. A los clubes de radio que se encuentran geográficamente en el centro de otros clubes se les entrega una grabadora. Con este sencillo aparato, los clubes recogerán diversos testimonios de la zona y los enviarán a la estación principal de la radio, generando una participación directa de la población de diversas localidades en la programación de la emisora. Aw resalta dos aspectos fundamentales que hacen que este método funcione. El primero es que en un lugar donde imperan una fuerte tradición oral y el analfabetismo, los miniestudios «facilitan la expresión directa de la población, posibilitando a las personas hablar directamente y en su propia manera en la radio». El segundo aspecto es que «la audiencia se identifica con los ejemplos concretos de sus pares, en lugar de las teorías, generalizaciones y abstracciones de los “expertos”». Para ver los resultados de este proyecto, solo hay que leer la declaración de un poblador recogida por Aw al final de su artículo:

La radio nos permite ver más allá de nuestro pequeño poblado. Es como si viajáramos por todos lados viendo cómo la gente vive en diferentes lugares. Así es como aprendemos que muchas cosas pueden y deben ser cambiadas, y que podemos hacerlas cambiar nosotros mismos confiando en nuestras habilidades.

¿Qué mejor para un país fragmentado y centralista como el Perú que un proyecto de estas características? Miniestudios a todo lo largo de la sierra e incluso en los lugares más recónditos de la selva. De este modo todos podríamos conocer la problemática de las diferentes regiones del Perú, teniendo la posibilidad de tomar acción con respecto a los asuntos más urgentes antes de que se conviertan en una bomba de tiempo, pero sobre todo conoceríamos la forma en que viven nuestros compatriotas. Por otro lado, cada semana diversas provincias plantearían su problemática local, elaborando una agenda pública con audiencia nacional. Estas son solo algunas ideas de lo que podría lograrse con un proyecto de características similares en nuestro país.

DE VUELTA AL PERÚ, EN TAXI

Mis narradores favoritos de noticias son los conductores de taxi de Lima. Siempre enterados de la última noticia, actualizados minuto a minuto (ventaja definitiva sobre la prensa) gracias a la radio y con el comentario en la punta de la lengua. Solo hace falta mencionar algún tema para recibir una opinión informada y honesta, sobre todo cuando se trata de calificar a nuestros políticos. Si ha sido noticia, el taxista lo sabe y opina. Este es un claro ejemplo de cómo la radio ya forma parte fundamental de la vida de muchas personas, no solo en la capital sino también en los lugares más alejados del país, donde para mantenerse informado se requiere tan solo de unas baterías y un receptor. Se debe aprovechar el posicionamiento que tiene la radio en nuestra sociedad y utilizarla en favor de su desarrollo.

Concuerdo plenamente con Rosa María Alfaro cuando menciona que la educación a través de los medios no tiene que verse como algo aburrido o lindante con lo estúpido (no esperemos mucha audiencia de un programa que parezca una especie de Barney para adultos). Incluso se pueden realizar proyectos muy rentables haciendo programas atractivos no solo para los oyentes sino también para los inversionistas.

La oportunidad está ante nosotros, como muchas otras opciones de desarrollo que por cuestión de espacio no voy a enumerar y que hemos dejado pasar a lo largo de nuestra historia. Es cierto que en el Perú no se lee la cantidad ni la calidad mínima necesaria, pero ¿debemos quedarnos estancados en el dato negativo? En el Perú se escucha radio y esto es un avance. Este medio ya tiene un lugar en la vida de la gente. Aprovechemos este factor, trabajemos en mejorar y modernizar los programas de desarrollo a través de este medio. Las posibilidades son apasionantes y prácticamente infinitas.

1 Estudiante de la especialidad de Periodismo de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la PUCP.

2 *Anuario Estadístico Perú en Números 2006*. Lima: Instituto Cuánto, 2006, pp. 295-298.

3 Girard, Bruce. *A passion for Radio*. Montréal, Québec: Black rose books Ltd., 1992, pp. 14-23.

4 *Ibid.*, pp. 39-43.

